

**FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN
DALAM MENGGUNAKAN JASA PEMBAYARAN DAN PENARIKAN
TUNAI KARTU KREDIT
(Studi Kasus Pada Pelanggan Global Indonesia Jemursari Surabaya)**

SKRIPSI



Oleh:

Rika Agustina
0742010040

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2011**

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan judul **“Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pembayaran Dan Penarikan Tunai Kartu Kredit (Studi Kasus pada Pelanggan Global Indonesia Jemursari Surabaya)”**.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada Bapak Drs. Nurhadi, M.Si. selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan petunjuk kepada penulis dan tidak lupa penulis menyampaikan terima kasih kepada :

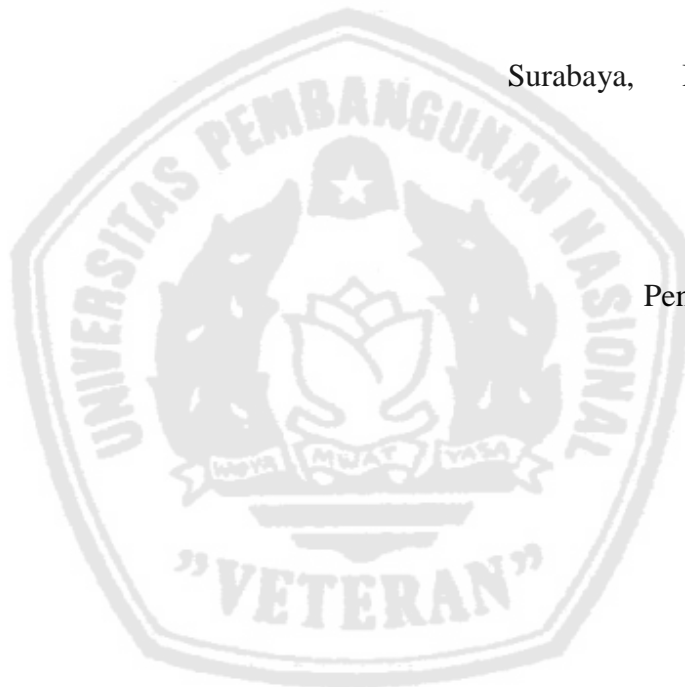
1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si., selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Alm. Bapak Drs. Sadjudi, S.E., M.Si., selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Ir. Kartono Kwan selaku manajer Global Indonesia Jemursari Surabaya yang telah memberikan bimbingan dan sumber data.
5. Kedua orang tua penulis yang telah banyak memberikan dukungan moral maupun materiil sehingga dapat terselesaikannya laporan skripsi ini.

6. Saudara dan teman-teman yang membantu dalam terwujudnya laporan proposal ini.

Penulis menyadari segala keterbatasan kemampuan dan pengetahuan, sehingga saran dan kritik sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan ini. Akhir kata penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Mei 2011

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAKSI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Pemasaran Jasa	10
2.1.2.1 Konsep Manajemen Pemasaran Jasa	10
2.1.2.2 Pengertian Jasa	12
2.1.2.3 Klasifikasi Jasa	13

2.1.2.4 Kategori Jasa	18
2.1.3 Pelayanan	20
2.1.3.1 Pengertian Pelayanan	20
2.1.3.2 Tujuan dan Fungsi Pelayanan	20
2.1.3.3 Kualitas Layanan Jasa	21
2.1.4 Kepuasan Konsumen	22
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	22
2.1.4.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen	22
2.1.5 Kepercayaan Pelanggan	27
2.1.6 Persepsi Nilai.....	28
2.1.7 Komitmen Pelanggan	29
2.1.8 Loyalitas Pelanggan	31
2.1.8.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	31
2.1.8.2 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	38
2.1.8.3 Pengukuran Loyalitas Konsumen	38
2.1.9 Kerangka Berpikir	40
2.1.7 Hipotesis	42

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	44
3.2 Populasi, Sampel dan Penarikan Sampel	48
3.3 Teknik Pengumpulan Data	50
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	51
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	51

3.4.2 Uji Asumsi Klasik	53
3.4.3 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda	55
3.5 Pengujian Hipotesis	56

BAB 1V HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian dan Penyajian Data	61
4.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan Global Indonesia	61
4.1.1.1 Lokasi Kantor Global Indonesia	63
4.1.1.2 Fasilitas Kantor Global Indonesia	64
4.1.1.3 Misi dan Tujuan Perusahaan Global Indonesia	65
4.1.1.4 Struktur Organisasi	65
4.1.1.5 Tugas Pokok	68
4.1.1.6 Jam Kerja Pegawai Kantor Global Indonesia	70
4.1.2 Penyajian Data	70
4.1.2.1. Karakteristik Responden	71
4.1.2.2 Variabel – Variabel Penelitian	72
4.2 Analisis dan Pengujian Hipotesis	78
4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	78
4.2.1.1 Uji Validitas	78
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	79
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	80
4.2.2.1 Multikolinieritas	80
4.2.2.2 Heterokedastisita	80
4.2.2.3 Uji Normalitas	81

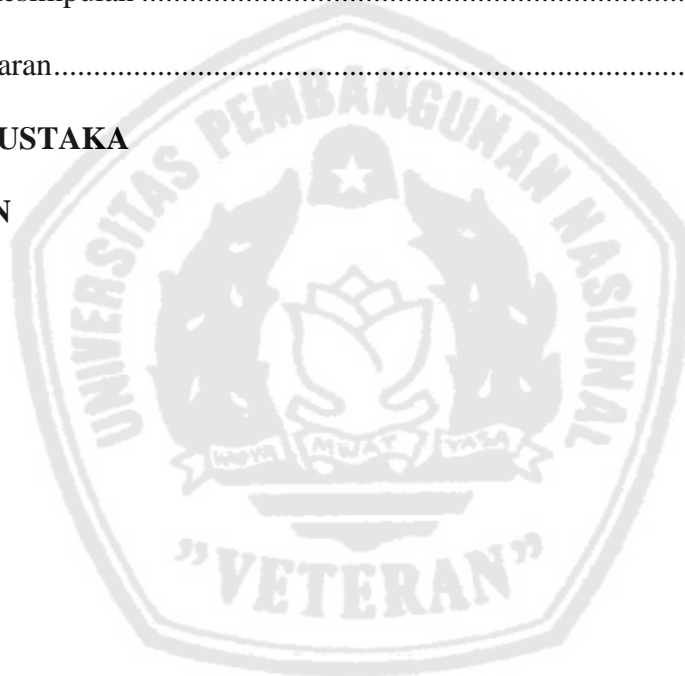
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	85
4.2.4.1 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	85
4.2.4.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	88
4.3 Pembahasan.....	95

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran.....	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Tabel Jam Kerja Pegawai Global Indonesia	70
Table 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden tentang Variabel Kepuasan Pelanggan (X_1)	72
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden tentang Variabel Kepercayaan Pelanggan (X_2)	73
Table 4.6	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden tentang Variabel Persepsi Nilai Pelanggan (X_3)	74
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden tentang Variabel Komitmen Pelanggan (X_4)	75
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden tentang Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	77
Table 4.9	Uji validitas	78
Table 4.10	Uji Reliabilitas	79
Table 4.11	Nilai Variance Inflation Variabel Bebas	80
Tabel 4.12	Tes Heterokedastisitas dengan Korelasi Rank Spearman Korelasi	81
Table 4.13	Hasil Uji Normalitas Model	82
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Manajemen Pemasaran Jasa.....	11
Gambar 2.2. Siklus Pembelian.....	36
Gambar 2.3. Model Konseptual Analisis Regresi.....	42
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Global Indonesia Jemursari Surabaya.....	67
Gambar 4.2. Scatter Plot	82
Gambar 4.3. Distribusi Kriteria Penerimaan/Penolakan Hipotesis Secara Simultan atau Keseluruhan	87
Gambar 4.4. Kurva Distribusi Hasil Analisis secara Parsial Variabel Kepuasan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan Global Indonesia di Jemursari Surabaya (Y).....	89
Gambar 4.5. Kurva Distribusi Hasil Analisis secara Parsial Variabel Kepercayaan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan Global Indonesia di Jemursari Surabaya (Y).....	91
Gambar 4.6. Kurva Distribusi Hasil Analisis secara Parsial Variabel Persepsi Nilai (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan Global Indonesia di Jemursari Surabaya (Y).....	92
Gambar 4.7. Kurva Distribusi Hasil Analisis secara Parsial Variabel Komitmen (X_4) terhadap Loyalitas Pelanggan Global Indonesia di Jemursari Surabaya (Y).....	94

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA PEMBAYARAN DAN PENARIKAN TUNAI KARTU KREDIT

(Studi kasus pada Pelanggan Global Indonesia Jemursari Surabaya)

Oleh :

Rika Agustina
0742010040

ABSTRAKSI

Pertumbuhan ekonomi di era globalisasi ditandai dengan semakin berkembangnya dunia usaha di segala bidang. Sehingga dalam hal ini menuntut adanya sistem pemasaran yang semakin baik pada setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Global Indonesia yaitu suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pembayaran dan penarikan tunai menggunakan kartu kredit dapat membantu setiap pelanggan dalam membayarkan tagihan dan mencairkan dana dari kartu kredit tanpa adanya bunga yang dikenakan bank. Banyak juga perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa yang sama dengan Global Indonesia. Dalam merealisasikan tujuan untuk mencapai keuntungan sebaiknya perusahaan menerapkan faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) pengaruh kepuasan, kepercayaan, persepsi nilai dan komitmen secara simultan terhadap loyalitas pelanggan, 2) pengaruh kepuasan, kepercayaan, persepsi nilai dan komitmen secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, dan 3) variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Global Indonesia Jemursari Surabaya. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 156 orang yang diambil dengan menggunakan teknik penarikan sampel *Purposive Sampling*. Jenis penelitian ini adalah data primer. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Selanjutnya data dianalisis menggunakan teknik regresi linear berganda.

Berdasarkan analisis data disimpulkan bahwa 1) hasil uji F menunjukkan bahwa variabel kepuasan, kepercayaan, persepsi nilai dan komitmen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pembayaran dan penarikan kartu kredit di Global Indonesia, 2) keseluruhan variabel bebas (kepuasan, kepercayaan, persepsi nilai dan komitmen) memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan dalam menggunakan jasa pembayaran dan penarikan kartu kredit di Global Indonesia 3) hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel kepercayaan dan komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan dua variabel lainnya yaitu variabel kepuasan dan persepsi nilai tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan 4) Di antara keempat variabel bebas tersebut variabel kepercayaan merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap Loyalitas Pelanggan dalam menggunakan jasa pembayaran dan penarikan tunai di Global Indonesia.

Keyword : Kepuasan, Kepercayaan, Persepsi Nilai, Komitmen, dan Loyalitas Pelanggan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi di era globalisasi salah satunya ditandai dengan semakin berkembangnya dunia usaha di segala bidang. Bagi Negara yang berkembang seperti Indonesia, dituntut untuk bisa mengadakan serta mengantisipasi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang ada serta mampu menjalankan roda perekonomian sehingga bangsa Indonesia tidak tertinggal dari negara lain. Hal ini mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar yang semakin ketat, sehingga menuntut adanya sistem pemasaran yang semakin baik pada setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang industri maupun jasa.

Pemasaran merupakan salah satu media bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan nasabah dengan memberikan pelayanan yang menyenangkan, fasilitas-fasilitas yang menunjang dan prosedur yang ditetapkan perusahaan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa adalah Bank. Bank merupakan salah satu Badan Usaha yang diharapkan agar dapat membantu masyarakat dalam mengatasi masalah keuangan dengan cara memberikan kredit berupa uang pinjaman, menghimpun dan menyalurkan

dana masyarakat melalui kegiatan usaha perkreditan yang sangat dibutuhkan oleh para calon nasabah dalam rangka meningkatkan modal usaha sehingga tercipta kesejahteraan hidup yang baik. Bank dapat memberikan pinjaman dalam bentuk kredit pinjaman dan dapat berupa kartu kredit yang sekarang ini marak digunakan oleh masyarakat umum.

Meski Bank telah dikenal sejak dulu oleh masyarakat, namun terdapat pemikiran masyarakat bahwa untuk memperoleh pinjaman di bank hanya untuk tempat orang-orang kelas bawah. Oleh karena itu, siapapun yang datang ke Bank sering diremehkan dan dilecehkan oleh masyarakat yang merasa status sosialnya lebih tinggi. Hal ini menyebabkan masyarakat masih terbilang awam dan masih mempunyai rasa malu jika menyangkut masalah ekonomii datang ke Bank untuk meminjam modal dana.

Seiring dengan berjalannya waktu Bank mulai dikenal banyak orang bahkan rasa malu dan gengsi berangsur-angsur mulai hilang dari diri mereka. Bank yang terus berkembang dari tahun ke tahun ternyata membawa dampak yang baik bagi masyarakat.

Nasabah mulai menyadari bahwa bantuan dana lebih penting untuk kelangsungan hidup daripada hanya sekedar mempertahankan rasa gengsi atau malu semata. Masyarakat mulai berbondong-bondong datang ke Bank untuk mengatasi masalah ekonominya dengan meminjam dana.

Bank dengan memberikan pinjaman berupa dana tunai dapat menggunakan berbagai cara, salah satunya adalah Bank mengeluarkan sejenis kartu yang dapat digunakan dalam bertransaksi yaitu kartu kredit. Dalam

mengeluarkan kartu kredit, setiap nasabah harus mengajukan suatu permohonan untuk dapat disetujui dalam pemakaian kartu kredit. Setiap Bank memiliki aplikasi pengajuan kartu kredit yang harus diisi kelengkapan data dari nasabah tersebut. Setelah disetujui oleh pihak Bank, maka nasabah dapat memiliki dan menggunakan kartu kreditnya. Namun yang perlu di waspadai oleh nasabah dalam menggunakan kartu kredit tersebut adalah cara pemakaian.

Banyak orang menggunakan kartu kredit untuk memulai suatu bisnisnya. Namun tidak sedikit orang menggunakan kartu kreditnya dalam segi kebutuhan hidupnya. Dampak inilah yang menyebabkan pemakaian yang dapat melampaui batas kredit yang diberikan oleh Bank pada setiap kartu kredit. Untuk nasabah yang menggunakan kartu kreditnya untuk berbisnis, mereka tidak kebingungan dalam hal pembayarannya karena dana yang digunakan akan selalu berputar dalam bisnis yang dijalankan. Namun dalam pemakaian konsumtif, mereka akan kebingungan dalam hal pembayarannya.

Global Indonesia yaitu suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pembayaran dan penarikan tunai menggunakan kartu kredit dapat membantu setiap nasabah dalam membayarkan tagihan dan mencairkan dana dari kartu kredit tanpa adanya bunga yang dikenakan bank. Banyak juga perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa yang sama dengan Global Indonesia. Dalam merealisasikan tujuan untuk mencapai keuntungan sebaiknya perusahaan menerapkan faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas dalam kegiatan sehari – harinya untuk mendapatkan pelanggan.

Untuk itu perusahaan perlu berusaha agar mampu memberikan kepuasan tinggi yang diinginkan oleh konsumen atau pelanggannya, serta menerapkan konsep – konsep pemasaran guna meningkatkan pangsa pasar. Bagi perusahaan, pesaing merupakan ancaman bagi perusahaan tersebut misalnya saja perusahaan kompetitor seperti Sakura dan Trijaya Globalindo yang merupakan perusahaan sejenis dengan Global Indonesia. Untuk itu Global Indonesia harus memiliki strategi pemasaran yang baik yaitu dengan cara memberikan pelayanan, memberikan tingkat kepuasan, kepercayaan serta dapat memberikan persepsi bagi pelanggan akan perusahaan sehingga timbul komitmen pelanggan. Dengan begitu loyalitas pelanggan terhadap perusahaan akan didapatkan.

Dengan mengkaji faktor – faktor yang menjadi penentu loyalitas pelanggan, perusahaan dapat melakukan upaya untuk mempertahankan kesetiaan konsumen untuk selalu menggunakan jasanya. Untuk memahami kebutuhan dan keinginan seseorang dalam hal ini nasabah adalah hal penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang melakukan pembayaran secara berulang – ulang. Untuk menentukan apakah pelanggan Global Indonesia adalah pelanggan yang loyal maka ditentukan dengan kriteria pelanggan telah melakukan transaksi baik itu dalam hal pembayaran maupun penarikan tunai lebih dari dua kali.

Loyalitas nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Nasabah yang loyal akan senantiasa mengulang transaksinya pada perusahaan yang bersangkutan. Di samping itu, nasabah akan

memberikan rekomendasi yang baik tentang perusahaan kepada orang lain. Hal ini merupakan media pemasaran yang sangat efektif bagi perusahaan. Dengan demikian perusahaan akan berusaha untuk memperoleh loyalitas dari para nasabahnya.

Kepuasan pelanggan atau perasaan senang yang dirasakan oleh pelanggan bisa dilihat dari segi jasa layanan yang diterima. Apakah fasilitas yang disediakan kantor sesuai dengan harapan, ketepatan dalam menghitung jumlah pembayaran kartu kredit, kemampuan dalam menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan, komunikasi yang terjalin antara karyawan dengan pelanggan.

Persepsi nilai berarti bagaimana konsumen melihat, menilai tentang sebuah timbal balik apakah pengorbanan yang dikeluarkan oleh pelanggan seperti waktu, tempat dan biaya sesuai dengan apa yang mereka terima sehingga pengorbanan yang pelanggan keluarkan mempunyai nilai lebih.

Kepercayaan merupakan salah satu sikap yang harus diterapkan dalam dunia bisnis. Pada saat terjadinya suatu *komplain* yang disebabkan rasa ketidakpuasan akan layanan yang diterima, maka pihak perusahaan akan bertanggung jawab untuk memperbaiki sistem kerja menjadi lebih baik. Di Global Indonesia kepercayaan yang diberikan yaitu kesesuaian jumlah pembayaran tagihan kartu kredit. Di sinilah awal dari masa rasa kepercayaan pelanggan terhadap Global Indonesia yang timbul karena adanya hubungan timbal balik antara pihak pemberi kepercayaan dengan pihak yang dipercaya akan sebuah komitmen yang telah disepakati bersama.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis ingin mengkaji tentang “Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pembayaran dan Penarikan Tunai Kartu Kredit di Global Indonesia Jemursari Surabaya “.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah secara simultan kepuasan, kepercayaan, persepsi nilai, dan komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pembayaran dan penarikan tunai kartu kredit pada Global Indonesia Jemursari Surabaya.
2. Apakah secara parsial kepuasan, kepercayaan, persepsi nilai, dan komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pembayaran dan penarikan tunai kartu kredit pada Global Indonesia Jemursari Surabaya.

1.3. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah :

- 1 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan, kepercayaan, persepsi nilai, dan komitmen secara simultan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pembayaran dan penarikan tunai kartu kredit pada Global Indonesia Jemursari Surabaya.
- 2 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan, kepercayaan, persepsi nilai, dan komitmen secara parsial terhadap loyalitas

pelanggan dalam menggunakan jasa pembayaran dan penarikan tunai kartu kredit pada Global Indonesia Jemursari Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu sumbangan pikiran bagi pemimpin perusahaan dalam menciptakan loyalitas pelanggan.
2. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu administrasi bisnis, khususnya bidang pemasaran.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengambil topik sejenis.